



OCTUBRE DE 2024

PRESENCIA

EN LÍNEA AVANZADA



Introducción

En un mundo digital en constante evolución, la visibilidad en línea es un componente esencial para el éxito de cualquier organización. El presente informe, elaborado por el equipo de **Kanito**, se centra en un exhaustivo análisis de palabras clave y en la evaluación de la competencia en el ámbito digital, con el objetivo de proporcionar a **Economist and Jurist** las bases necesarias para optimizar su estrategia de posicionamiento en línea.

En un mundo cada vez más conectado, el posicionamiento orgánico en motores de búsqueda se ha convertido en un activo invaluable para las organizaciones. Este informe técnico tiene como objetivo brindar una visión detallada de la situación actual de **Economist and Jurist** en cuanto a su presencia en línea y su visibilidad en los motores de búsqueda. A través del análisis de palabras clave, se identificarán oportunidades estratégicas para aumentar la visibilidad en los resultados de búsqueda, mejorando así su alcance y su impacto en la esfera digital.

Además, este informe incluirá un minucioso estudio de la competencia en línea en el sector de tecnología y transformación digital, lo que permitirá a **Economist and Jurist** conocer su posición relativa en el mercado y desarrollar estrategias efectivas para destacar entre sus competidores.

Informe técnico



Informe web para formacion.economistjurist.es/cursos/

Este informe califica su sitio web en base a una serie de factores importantes como la optimización de SEO de la página, backlinks externos, redes sociales, rendimiento, seguridad y mucho más. La calificación general se presenta en una escala de A+ a F-, siendo la mayor parte de los principales sitios web líderes de la industria de la gama A. Se recomienda mejorar la calificación de un sitio web para garantizar una mejor experiencia de usuario en el sitio web y una mejor clasificación y visibilidad en los motores de búsqueda.

Resultados de la auditoría de formacion.economistjurist.es/cursos/.



Su página se puede optimizar

Recomendaciones: 20



Posicionamiento



Enlaces



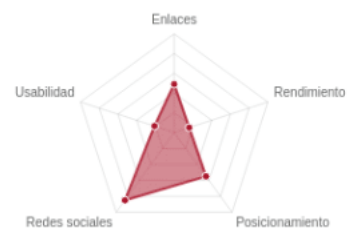
Usabilidad



Rendimiento



Redes sociales



Recomendaciones

Incluir una etiqueta de metadescripción

Posicionamiento

Prioridad alta

Optimizar para Core Web Vitals

Usabilidad

Prioridad media

Reduzca el tamaño total de su archivo de página	Rendimiento	Prioridad media
Mejora la velocidad de carga del sitio	Rendimiento	Prioridad media
Aumentar la longitud de la etiqueta de título	Posicionamiento	Prioridad media
Eliminar etiquetas H1 duplicadas	Posicionamiento	Prioridad media
Optimice sus imágenes para reducir su tamaño de archivo	Rendimiento	Prioridad baja
Optimiza tu página para Mobile PageSpeed Insights	Usabilidad	Prioridad baja
Optimiza tu página para Desktop PageSpeed Insights	Usabilidad	Prioridad baja
Utilizar sus palabras clave principales en las etiquetas HTML importantes	Posicionamiento	Prioridad baja
Actualiza las URL de los enlaces para que sean más legibles para los usuarios y los motores de búsqueda	Enlaces	Prioridad baja
Añadir atributos Alt a todas las imágenes	Posicionamiento	Prioridad baja
Añadir un registro de correo DMARC	Otro	Prioridad baja
Añadir un registro SPF	Otro	Prioridad baja
Configuración e instalación de un píxel de Facebook	Redes sociales	Prioridad baja
Eliminar estilos inline	Rendimiento	Prioridad baja
Eliminar el texto claro de direcciones de correo electrónico	Usabilidad	Prioridad baja

Implementar una herramienta de seguimiento analítico

Posicionamiento

Prioridad baja

Agregar esquema comercial local

Otro

Prioridad baja

Crear Perfil Google Business

Otro

Prioridad baja

Resultados de posicionamiento SEO



Tu posicionamiento SEO podría ser mejor

Tu página tiene cierto nivel de optimización de posicionamiento SEO, pero podría mejorarse aún más. El posicionamiento SEO es importante para garantizar que los motores de búsqueda puedan entender tu contenido de forma adecuada y ayudarlo a posicionarse para las palabras clave correspondientes. Debes asegurarte de que el contenido de las etiquetas HTML se completa correctamente y de que el contenido del texto está adaptado a las palabras clave objetivo.

Etiqueta de título

Tiene una etiqueta de título, pero lo ideal es que tenga entre 50 y 60 caracteres de longitud (incluidos los espacios).



Inicio - E&J School

Longitud : 23

Las etiquetas de título son muy importantes para que los motores de búsqueda comprendan y categoricen correctamente tu contenido.

Etiqueta de Meta Descripción

Parece que a tu página le falta una etiqueta de meta descripción.



Una meta descripción es importante para que los motores de búsqueda comprendan el contenido de tu página y, frecuentemente, se muestra como el texto descriptivo en los resultados de búsqueda.

Vista Previa del Snippet SERP

Esto muestra cómo puede aparecer tu página en los resultados de búsqueda. Ten en cuenta que esto pretende ser una algo orientativo y los motores de búsqueda generan este contenido de manera dinámica con mayor frecuencia.



<https://formacion.economistjurist.es> > cursos :

[Inicio - E&J School](#)

Donde trabajan nuestros alumnos ¿Qué es Economist & jurist School? Economist & Jurist nace convocación de renovar los métodos de formación de ...

Uso de Hreflang

Tu página no utiliza atributos Hreflang.



Idioma

Tu página está utilizando el atributo lang.



Declarado: Spanish

Uso de etiquetas de encabezado H1

Tu página tiene más de una etiqueta H1. Es usualmente se recomienda utilizar solo una etiqueta H1 en una página.



La etiqueta de encabezado H1 es una manera importante de indicar a los motores de búsqueda de qué se trata su contenido y, posteriormente, las palabras clave para las que debe clasificarse.

Uso de etiquetas de encabezado H2-H6

Tu página utiliza varios niveles de etiquetas de encabezado.



Etiqueta de cabecera Frecuencia

H2	45	
H3	18	
H4	0	
H5	0	
H6	0	

Consistencia de palabras clave

Las palabras clave principales de tu página no están bien distribuidas entre las etiquetas HTML importantes.

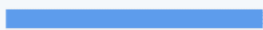

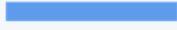
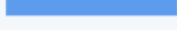

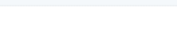


El contenido de tu página debe centrarse en palabras clave específicas en las que buscas la clasificación. Lo ideal es que estas palabras clave también se distribuyan en etiquetas como de título, meta y encabezado.

Palabras clave individuales

Palabra clave	Título	Etiqueta meta descripcion	Etiquetas de cabecera	Frecuencia de página	
school	✓	✗	✓	12	
curso	✗	✗	✓	12	
abogados	✗	✗	✗	10	
han	✗	✗	✓	9	
jurídico	✗	✗	✗	9	
más	✗	✗	✓	8	
máster	✗	✗	✓	8	
profesionales	✗	✗	✗	7	

Frases

Frase	Título	Etiqueta meta descripción	Etiquetas de cabecera	Frecuencia de página	
ej school	×	×	×	9	
rosa maría	×	×	✓	6	
maría quero	×	×	✓	6	
quero peláez	×	×	✓	6	
peláez curso	×	×	×	6	
secretariado jurídico	×	×	×	6	
rosa maría quero	×	×	✓	6	
maría quero peláez	×	×	✓	6	

Cantidad de contenido

Su página tiene un buen nivel de contenido textual, lo que le ayudará en su potencial de clasificación.



Recuento de palabras: 1114

Atributo Alt de imagen

Tienes imágenes en tu página a las que les faltan atributos Alt.



Encontramos 68 imágenes en su página y 66 de ellas no tienen el atributo.

Los atributos Alt son algo muy sencillo que a menudo se pasa por alto para indicar a los motores de búsqueda de qué se trata una imagen y ayudarla a clasificar en los resultados de búsqueda de imágenes.

Etiqueta Canónica

Tu página está utilizando la Etiqueta Canónica.



<https://formacion.economistjurist.es/cursos/>

Prueba de etiqueta Noindex

Su página no está utilizando la etiqueta Noindex que impide la indexación.



Prueba de encabezado Noindex

Su página no está utilizando el encabezado Noindex que impide la indexación.



SSL habilitado

Su sitio web tiene SSL activado.



Redirección HTTPS

Su página se redirige con éxito a una versión HTTPS (seguridad SSL).



Robots.txt

Su sitio web parece tener un archivo robots.txt.



<http://formacion.economistjurist.es/robots.txt>

Bloqueado por Robots.txt

Tu página no parece estar bloqueada por robots.txt.



Sitemaps XML

Su sitio web parece tener un sitemap XML.



<https://formacion.economistjurist.es/cursos/sitemap.xml>

Estadísticas

No pudimos detectar una herramienta de análisis instalada en su página.



Las herramientas de análisis de sitios web como Google Analytics le ayudan a medir, analizar y, en última instancia, mejorar el tráfico de su página.

Verificación de datos estructurados de Schema.org

Estás utilizando el esquema JSON-LD en tu página.



Clasificaciones

Clasificación de las principales palabras clave

Esto muestra la clasificación de las 10 palabras clave principales en la ubicación específica. La lista está ordenada por las palabras clave que dirigen la mayor cantidad de tráfico a tu página.

Palabra clave	País	Posición	Búsquedas totales	Tráfico estimado
jurist		72	590	1 
aula virtual eis		20	320	1 

Tráfico total desde búsquedas

Esto te muestra el volumen de tráfico estimado que tu página recibe según tus clasificaciones de palabras clave.



12

Volumen de
tráfico
mensual

Posiciones de las palabras clave

Esto te muestra un resumen de las posiciones de tu clasificación de palabras clave. Cuanto más alta sea tu posición, más probabilidades tienes de obtener tráfico, habida cuenta que investigaciones recientes muestran que hasta el 92 % de los clics se dan en la primera página.

Posición	Palabras clave
Posición 1	0
Posición 2-3	0
Posición 4-10	0
Posición 11-20	1
Posición 21-30	0
Posición 31-100	5

Enlaces

Resumen de backlinks

Tiene un fuerte nivel de actividad de backlinks en esta página.



Fuerza
del dominio



Fuerza
de la página



91
Backlinks



17
Dominios
referentes



29
Backlinks
Nofollow



62
Backlinks
Dofollow



3
Backlinks
Edu



0
Backlinks
Gov



11
Subredes



12
IP

Principales retroenlaces



Estas son las páginas externas de mayor valor que hemos encontrado que enlazan con tu página.

Fuerza del dominio	URL de la página de referencia
88	https://www.eventbrite.es/e/entradas-virtual-conference-i-encuentro-de-liderazgo-femenino-2021-143312813483
75	https://www.abnewswire.com/pressreleases/economist-jurist-launches-a-series-of-innovative-courses_693888.html
73	https://opencourses.emu.edu.tr/mod/forum/discuss.php?d=5306
55	https://eventosjuridicos.es/es/eventos/curso-en-secretariado-juridico-and-management/18274/
50	http://capital-riesgo.es/en/articles/isde-se-incorpora-al-proyecto-de-digital-talent-de-magnum-capital-y-revoluciona-su-oferta-formativa/
44	https://financiamagazine.es/2021/03/24/economist-jurist-school-orgullosa-de-su-master-de-acceso-a-la-abogacia/
44	https://informativojuridico.com/48468-2/
16	https://basileaabogados.com/webinar-con-economistjurist-school/

Páginas principales por backlinks



Estas son las páginas de tu sitio con más backlinks de otros sitios.

URL	Backlinks
https://formacion.economistjurist.es/cursos/	91

Anchor principales por backlinks



Estas son las principales piezas Anchor Text que hemos encontrado que se utilizan para vincular tu sitio.

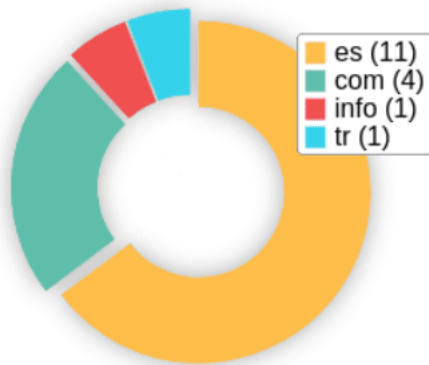
Texto ancla	Backlinks
https://formacion.economistjurist.es/cursos/	30
web del evento	14
Economist & Jurist School	14
ECONOMIST & JURIST SCHOOL	7
Economist Jurist School	5
Economits & Jurist School	4
ECONOMIST & JURIST SHOOL	3
Economist & Jurist	1
Economist Jurist School.	1

Regiones principales de backlinks

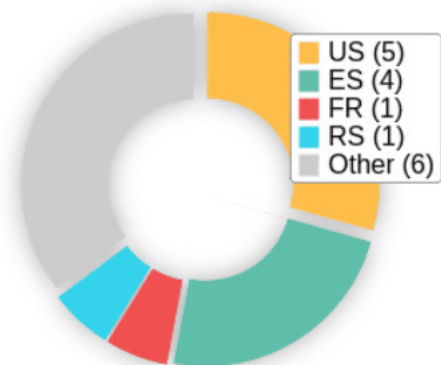
Estas son las regiones principales que hemos encontrado vinculando a tu sitio.

i

TLD principales



Países principales



Estructura de enlaces On-page

Encontramos 143 enlaces totales. 8% de sus enlaces son enlaces externos y están enviando autoridad a otros sitios. 0% de sus enlaces son nofollow links, lo que significa que la autoridad no se pasa a esas páginas de destino.

i

Enlaces amistosos

Algunas de las URL de tus enlaces parece que no se ajustan a las expectativas de los usuarios o motores de búsqueda.

✗

Te aconsejamos que consigas que las URL sean lo más legibles posible, reduciendo la longitud, los nombres de archivo, las cadenas de código y los caracteres especiales.

Usabilidad

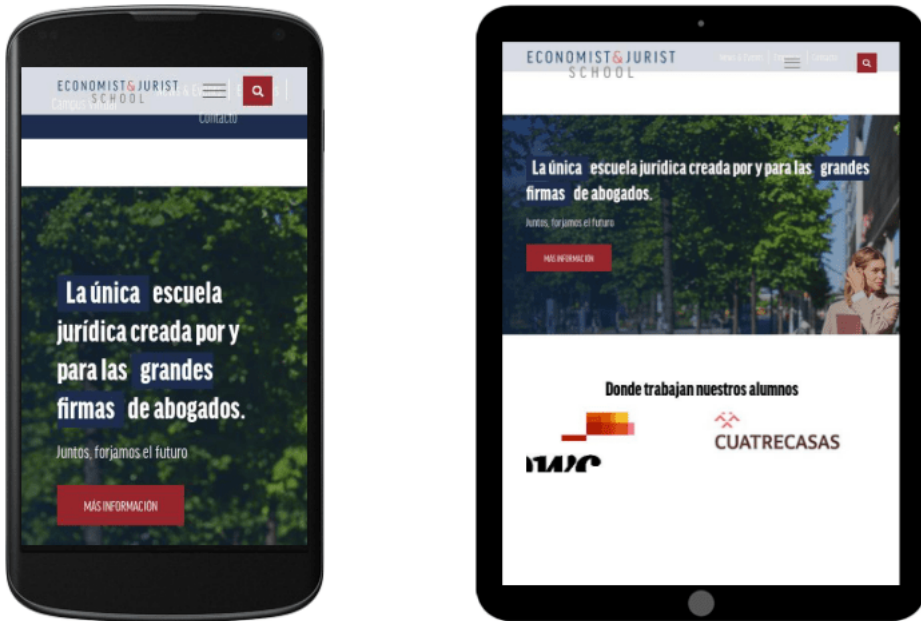


Su usabilidad necesita mejorar

Su página tiene problemas de usabilidad en todos los dispositivos. La usabilidad es importante para aumentar su audiencia y minimizar las tasas de rebote de usuarios (que pueden afectar indirectamente su posicionamiento en los motores de búsqueda).

Dispositivos

Esta comprobación muestra visualmente cómo se visualiza su página en diferentes dispositivos. Es importante que su página esté optimizada tanto para experiencias móviles y de tableta, ya que hoy en día la mayoría del tráfico web proviene de estas fuentes.



Core Web Vitals de Google

Tu página no ha superado la evaluación de Core Web Vitals de Google.



Core Web Vitals son métricas de interfaz de usuario creadas por Google que miden la experiencia de la página y se están volviendo cada vez más importantes como factor de clasificación.



Uso de vistas viewport en móviles

Su página especifica un viewport que coincide con el tamaño del dispositivo, lo que le permite mostrarlo de forma apropiada en todos los dispositivos.



PageSpeed Insights de Google - Móvil



Google indica que tu página tiene una puntuación baja en su evaluación de Mobile PageSpeed Insights.

Ten en cuenta que esta evaluación se realiza desde servidores de EE.UU. y los resultados pueden diferir ligeramente de una evaluación realizada desde la interfaz web de PageSpeed de Google, ya que los informes se localizan en la región en la que se está ejecutando el informe.

Google ha indicado que el rendimiento de una página web se está volviendo cada vez más importante desde la perspectiva del usuario y, consecuentemente, del ranking.



Datos de laboratorio	Valor	Oportunidades	Ahorro estimado
First Contentful Paint	3.3 s	Properly size images	3.15 s
Speed Index	22.4 s	Reduce initial server response time	2.48 s
Largest Contentful Paint	29.5 s	Serve images in next-gen formats	2.25 s
Time to Interactive	31.1 s	Reduce unused JavaScript	1.95 s
Total Blocking Time	8.16 s	Eliminate render-blocking resources	1.43 s
Cumulative Layout Shift	0.289	Efficiently encode images	0.75 s
		Avoid multiple page redirects	0.63 s
		Reduce unused CSS	0.45 s
		Defer offscreen images	0.15 s

PageSpeed Insights de Google - Escritorio



Google indica que tu página tiene una puntuación baja en su evaluación Desktop PageSpeed Insights.

Google ha indicado que el rendimiento de una página web se está volviendo cada vez más importante desde la perspectiva del usuario y, consecuentemente, del ranking.



Datos de laboratorio	Valor	Oportunidades	Ahorro estimado
First Contentful Paint	0.8 s		
Speed Index	7.9 s	Reduce initial server response time	2.48 s
Largest Contentful Paint	5 s	Serve images in next-gen formats	0.49 s
Time to Interactive	5.5 s	Properly size images	0.4 s
Total Blocking Time	0.92 s	Eliminate render-blocking resources	0.31 s
Cumulative Layout Shift	0.215	Reduce unused JavaScript	0.24 s
		Avoid multiple page redirects	0.19 s
		Efficiently encode images	0.17 s

¿Usa Flash?

No se ha encontrado contenido Flash en su página.



¿Usa iFrames?

No se han encontrado iFrames en su página.



Favicon

Su página tiene un favicon.



Privacidad de email

Se han encontrado las direcciones de correo electrónico en texto sin formato.

Recomendamos eliminar las direcciones de correo electrónico de texto sin formato y reemplazarlas con imágenes o formularios de contacto. Las direcciones de correo electrónico de texto sin formato pueden estar al alcance de cibercriminales y spammers.



Tamaño legible de las fuentes

El texto de su página parece legible en todos los dispositivos.



Tamaño dimensionado de las zonas donde se pulsa

Los enlaces y botones de su página parecen tener el tamaño adecuado para que un usuario pueda tocar fácilmente en una pantalla táctil.



Resultados de rendimiento



Su rendimiento necesita mejorar

El rendimiento de su página tiene varios problemas que pueden estar afectando negativamente a los usuarios. El rendimiento es importante para asegurar una buena experiencia de usuario, y tasas de rebote reducidas (que también pueden afectar indirectamente a su posicionamiento en los motores de búsqueda). Recomendamos abordar los factores destacados a continuación.

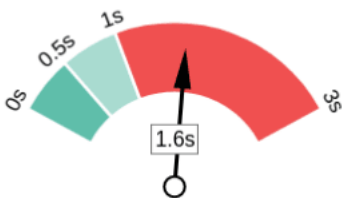
Información de velocidad de la página



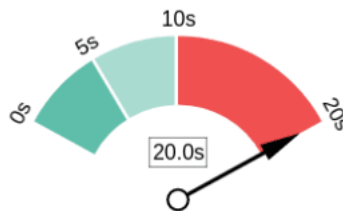
Tu página carga lentamente.

La velocidad de carga de la página es fundamental para garantizar una buena experiencia de los usuarios y se está convirtiendo en uno de los factores de clasificación más importantes. Sin embargo, la velocidad de carga puede verse afectada por una multitud de factores y puede que sea necesario investigar diferentes recursos técnicos.

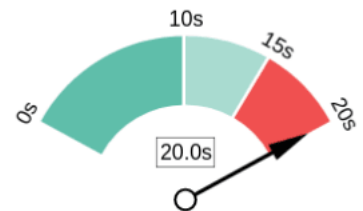
Respuesta del servidor



Todo el contenido de la página cargado



Todos los scripts de página completos



Tamaño de la página de descarga



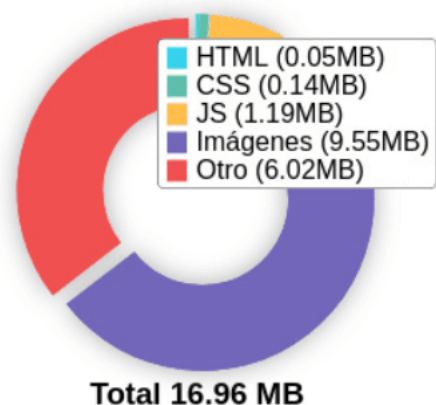
El tamaño del archivo de tu página es bastante grande, lo que, independientemente de otras optimizaciones, puede disminuir la velocidad de carga y afectar a la experiencia de los usuarios.

Una regla general consiste en mantener la página por debajo de 5 MB de tamaño de archivo total.

Tamaño de la página de descarga



Desglose del tamaño de la página de descarga

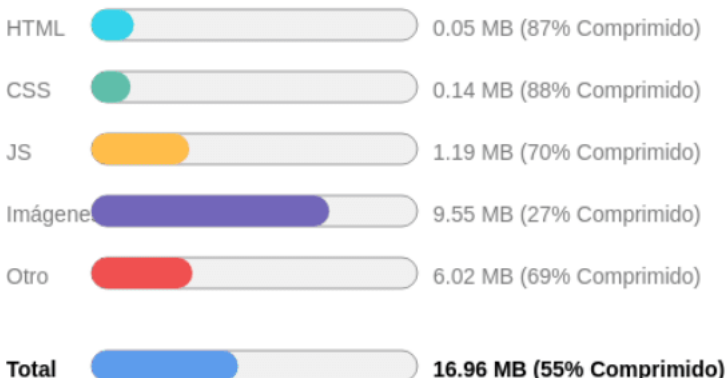


Compresión de sitios web (Gzip, Deflate, Brotli)

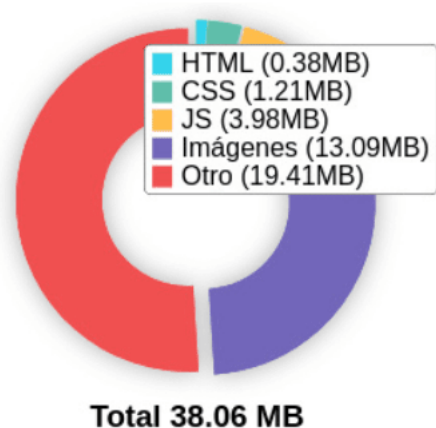


Tu sitio web parece estar usando un nivel razonable de compresión.

Tasas de compresión



Desglose del tamaño de página sin procesar



Número de recursos



Esta verificación muestra la cantidad total de archivos que deben recuperarse de los servidores web para cargar tu página.



217

Objetos
totales



2

Número de
páginas HTML



53

Número de
recursos JS



53

Número de
recursos CSS



86

Número de
imágenes



23

Otros recursos

Páginas móviles aceleradas de Google (AMP)



Parece que esta página no tiene AMP activo.

Errores JavaScript



Su página no está reportando ningún error de JavaScript.

Uso de HTTP2



Tu sitio web utiliza el protocolo HTTP/2+ recomendado.

Optimizar imágenes



Parece que tu página tiene imágenes mal optimizadas.

Formatear y comprimir correctamente las imágenes puede tener un impacto significativo en el rendimiento de carga de la página.

Minificación



Todos sus archivos JavaScript y CSS parecen estar minificados.

HTML obsoleto



No se han encontrado etiquetas HTML obsoletas dentro de su página.

Estilos Inline



Tu página parece estar usando estilos en línea.

Los estilos en línea son una práctica de codificación más antigua. Se desaconseja el uso de hojas de estilo CSS debido a su capacidad para degradar el rendimiento de carga de la página y complicar innecesariamente el código HTML.

Resultados sociales



¡Sus redes sociales son muy buenas!

Enhorabuena, su presencia social es fuerte y activa. La actividad social es importante para la comunicación con los clientes, el conocimiento de la marca y como canal de marketing para atraer más visitantes a su sitio web. Recomendamos el uso continuado de campañas sociales para que esto siga aumentando.

Página de Facebook vinculada



Su página tiene un enlace a una página de Facebook.

 <https://facebook.com/economistjuristschool>

Etiquetas Open Graph de Facebook

Su página está usando las etiquetas Open Graph de Facebook.



Pixel de Facebook

No hemos detectado ningún píxel de Facebook en su página.



Pixel de Facebook es una pieza útil de código de análisis que te permite reorientar a los visitantes si decides trabajar con anuncios de Facebook en el futuro.

Cuenta X (anteriormente Twitter) vinculada

Tu página tiene un enlace al perfil X.



 <https://twitter.com/EconomistJurist>

Tarjetas X

Tu página utiliza X Tarjetas.



Instagram vinculado

Su página tiene un enlace a un perfil de Instagram.



 https://instagram.com/economistjurist_school

Página de LinkedIn vinculada

Su página tiene un enlace a su perfil de LinkedIn.



 <https://linkedin.com/company/economist-jurist-school>

Canal de YouTube vinculado

Su página tiene un enlace a un canal de YouTube.



 <https://youtube.com/channel/UCT8TDtc5rWaQeonyEzjHkw>

Actividad del canal de YouTube

Tiene un buen número de suscriptores a su canal de YouTube



 YouTube

2,270
Seguidores

471,588
Ver

SEO local

Esquema local del negocio

No se identificó ningún esquema comercial local en la página.



Perfil Google Business identificado

No se identificó ningún Perfil Google Business que enlace a este sitio web.



Totalidad del Perfil Google Business

No se identificó ningún Perfil Google Business que enlace a este sitio web.



Reseñas de Google

No se identificó ningún Perfil Google Business que enlace a este sitio web.




















Resultados tecnológicos

Lista de tecnologías

Estos programas o bibliotecas de codificación han sido encontrados en su página.



Tecnología	Versión
 amCharts	
 Apache HTTP Server	
 Contact Form 7	5.9.6
 Elementor	3.24.7
 Font Awesome	
 GSAP	
 jQuery	
 jQuery Migrate	
 MySQL	
particles.js	
 PHP	
 prettyPhoto	
 Site Kit	1.131.0
 Slick	
 Smart Slider 3	
 Swiper	
 WordPress	
 Yoast SEO	23.1

Dirección IP del servidor

37.153.91.246

i

Servidores DNS

h.nic.es

c.nic.es

a.nic.es

g.nic.es

i

Servidor Web

Apache

i

Caracteres

text/html; charset=UTF-8

i

Registro DMARC

Este sitio no parece tener un registro DMARC en su lugar.

✘

Los registros DMARC son importantes para mejorar la entregabilidad de correos electrónicos y combatir el spoofing.

Registro SPF

Este sitio no parece tener un registro SPF.

✘

Los registros SPF son importantes para mejorar la entregabilidad del correo electrónico y combatir el spoofing.

Estudio de Keywords Ubersuggest

Estudio de Palabras claves

Cronograma de contenidos para 12 meses de servicios SEO

Tanto las palabras claves como los títulos de los artículos son contenidos temáticos sugeridos, según **el volumen total de búsquedas mensuales, la dificultad de cada palabra clave y la industria del negocio**. Utilizando herramientas de análisis como **Keyword Planner de Google Ads, Google Trends y Ubersuggest**.

Mes 1: Enero

1. **La importancia del Legal English en el ámbito jurídico internacional.**
2. **Cómo los abogados pueden aprovechar el marketing digital para captar clientes.**
3. **Ciberseguridad para juristas: claves para proteger la información sensible.**
4. **Innovación en el derecho: cómo la tecnología está transformando el sector legal.**
5. **¿Cómo escoger el máster adecuado en derecho y negocios?**
6. **El impacto de la sostenibilidad en el mundo jurídico.**
7. **La democratización de la justicia a través de la tecnología.**
8. **Cómo los acuerdos interinstitucionales potencian la formación profesional.**

Palabras clave: legal english, marketing digital abogados, ciberseguridad jurídica, innovación en derecho, máster en derecho, sostenibilidad jurídica, tecnología en justicia, acuerdos interinstitucionales.

Mes 2: Febrero

1. **Transformación digital en despachos de abogados: tendencias clave.**
2. **La importancia de los principios éticos en la formación de futuros juristas.**
3. **Los mejores programas de máster en derecho para especializarte internacionalmente.**
4. **Propiedad intelectual en la era digital: desafíos y oportunidades.**
5. **Cómo crear una red de contactos sólida en el mundo jurídico.**
6. **Emprendimiento en el sector jurídico: consejos para lanzar tu propio despacho.**
7. **¿Cómo gestionar el riesgo legal en proyectos tecnológicos?**
8. **Estrategias de comunicación efectiva para abogados.**



Estudio de Palabras claves

Cronograma de contenidos para 12 meses de servicios SEO

Palabras clave: transformación digital despachos, ética en formación jurídica, máster en derecho internacional, propiedad intelectual digital, red de contactos jurídicos, emprendimiento jurídico, riesgo legal tecnológico, comunicación abogados.

Mes 3: Marzo

1. La importancia de la especialización para los abogados del futuro.
2. FinTech y el derecho: cómo prepararse para el futuro financiero.
3. ¿Cómo elegir el máster adecuado en derecho empresarial?
4. Inteligencia artificial en el ámbito legal: oportunidades y riesgos.
5. Cómo los despachos de abogados pueden integrar la sostenibilidad en sus estrategias.
6. Marketing legal: claves para destacar en un mercado competitivo.
7. Innovación educativa en la formación de abogados.
8. Claves para superar los desafíos digitales en la práctica jurídica.

Palabras clave: especialización abogados, FinTech y derecho, máster derecho empresarial, inteligencia artificial legal, sostenibilidad en despachos, marketing legal, innovación educativa abogados, desafíos digitales derecho.

Mes 4: Abril

1. Derecho tecnológico: ¿cómo están cambiando las leyes con el avance digital?
2. La importancia de la mentoría en la carrera de un abogado.
3. Cibercrimen y ciberseguridad: regulación y consecuencias legales.
4. Cómo formar una estrategia legal para startups tecnológicas.
5. La convergencia entre derecho, innovación y sostenibilidad: el nuevo enfoque del sector.
6. Emprender en derecho: los primeros pasos para montar tu propio despacho.
7. Marketing para abogados: cómo mejorar tu presencia online.
8. El futuro del legaltech: ¿qué herramientas dominarán el sector jurídico?



Google Ads
KEYWORD PLANNER

Google Trends

Ubersuggest

Estudio de Palabras claves

Cronograma de contenidos para 12 meses de servicios SEO

Palabras clave: derecho tecnológico, mentoría para abogados, cibercrimen y regulación, estrategia legal startups, derecho innovación sostenibilidad, emprender en derecho, marketing abogados online, futuro legaltech.

Mes 5: Mayo

1. **Legal English avanzado: claves para negociar contratos internacionales.**
2. **Ciberseguridad y privacidad: nuevos retos para los abogados.**
3. **Innovación jurídica: cómo el blockchain está transformando el sector legal.**
4. **El papel de la investigación en la formación de futuros juristas.**
5. **Cómo las empresas pueden beneficiarse de una asesoría jurídica innovadora.**
6. **La importancia de la educación continua para los abogados.**
7. **Estrategias efectivas para la captación de clientes en despachos jurídicos.**
8. **Marketing, comunicación y desarrollo de negocios para abogados.**

Palabras clave: legal english avanzado, ciberseguridad abogados, blockchain y derecho, investigación en derecho, asesoría jurídica innovadora, educación continua abogados, captación clientes despachos, marketing jurídico.

Mes 6: Junio

1. **¿Cómo están las startups legales transformando el sector jurídico?**
2. **La importancia de la ética en la práctica jurídica internacional.**
3. **Legaltech: herramientas clave para optimizar tu despacho de abogados.**
4. **La formación práctica en derecho: por qué es fundamental para el éxito profesional.**
5. **¿Cómo la tecnología puede mejorar la eficiencia en los despachos jurídicos?**
6. **Abogados emprendedores: cómo construir una marca personal fuerte.**
7. **Regulación de la inteligencia artificial: qué deben saber los juristas.**
8. **Estrategias de marketing digital para despachos pequeños.**

Palabras clave: startups legales, ética jurídica internacional, legaltech herramientas, formación práctica en derecho, tecnología despachos



Google Ads
KEYWORD PLANNER

Google Trends

Ubersuggest

Estudio de Palabras claves

Cronograma de contenidos para 12 meses de servicios SEO

abogados, abogados emprendedores, regulación IA, marketing digital despachos.

Mes 7: Julio

1. Transformación digital y el futuro del derecho: lo que debes saber.
2. Cómo prepararte para los desafíos legales del comercio electrónico.
3. La importancia de los principios éticos en la innovación jurídica.
4. El papel de la sostenibilidad en los nuevos contratos empresariales.
5. Marketing jurídico: estrategias para mejorar tu reputación online.
6. ¿Cómo los abogados pueden liderar la transformación digital en empresas?
7. Blockchain y propiedad intelectual: desafíos legales emergentes.
8. Cómo crear una estrategia de captación de clientes en el entorno digital.

Palabras clave: transformación digital derecho, desafíos legales comercio electrónico, ética innovación jurídica, sostenibilidad contratos, marketing reputación abogados, transformación digital empresas, blockchain propiedad intelectual, estrategia captación clientes.

Mes 8: Agosto

1. Legal English: cómo mejorar tus habilidades para el derecho internacional.
2. Ciberseguridad jurídica: qué deben saber los abogados hoy.
3. ¿Cómo la inteligencia artificial está impactando en el derecho penal?
4. Innovación jurídica: cómo integrar tecnología en los despachos de abogados.
5. La importancia de la especialización en derecho digital.
6. Emprendimiento legal: cómo lanzar una startup en el sector jurídico.
7. Abogacía 4.0: el futuro de la profesión jurídica con tecnología avanzada.
8. Cómo utilizar el marketing de contenidos para atraer clientes a tu despacho.

Palabras clave: legal english, ciberseguridad jurídica, IA derecho penal, innovación jurídica tecnología, especialización derecho digital, emprendimiento legal, abogacía 4.0, marketing de contenidos abogados.



Google Ads
KEYWORD PLANNER

Google Trends

Ubersuggest

Estudio de Palabras claves

Cronograma de contenidos para 12 meses de servicios SEO

Mes 9: Septiembre

1. La importancia de la innovación en los programas de formación jurídica.
2. Propiedad intelectual en la era digital: retos y oportunidades.
3. Cómo las empresas pueden beneficiarse de la tecnología blockchain.
4. Estrategias para mejorar la visibilidad de tu despacho en línea.
5. La convergencia de la sostenibilidad y el derecho empresarial.
6. Ciberseguridad en la práctica jurídica: qué deben saber los abogados.
7. ¿Cómo aprovechar la inteligencia artificial en la gestión de despachos?
8. Legaltech y su impacto en la práctica del derecho internacional.

Palabras clave: innovación formación jurídica, propiedad intelectual digital, blockchain empresas, visibilidad despacho online, sostenibilidad derecho empresarial, ciberseguridad práctica jurídica, IA gestión despachos, legaltech derecho internacional.

Mes 10: Octubre

1. Cómo transformar tu despacho con tecnología legal.
2. El impacto de la sostenibilidad en los contratos empresariales.
3. Estrategias efectivas para captar clientes internacionales.
4. Legaltech: las herramientas que están cambiando el mundo del derecho.
5. ¿Cómo la inteligencia artificial está transformando el asesoramiento legal?
6. Ética y tecnología: el desafío del futuro legal.
7. Propiedad intelectual y protección de datos en el entorno digital.
8. Emprender en el sector legal: ¿cómo empezar tu propio despacho?

Palabras clave: transformación despacho, sostenibilidad contratos empresariales, captar clientes internacionales, legaltech herramientas, IA asesoramiento legal, ética tecnología legal, propiedad intelectual datos, emprender despacho legal.

Mes 11: Noviembre

1. ¿Cómo la inteligencia artificial está impactando en los contratos inteligentes?



Google Ads
KEYWORD PLANNER

Google Trends

Ubersuggest

Estudio de Palabras claves

Cronograma de contenidos para 12 meses de servicios SEO

2. El papel del blockchain en la transformación digital de los despachos.
3. Legal English para abogados: mejora tu fluidez en contratos internacionales.
4. Marketing digital para abogados: consejos para mejorar tu presencia online.
5. La sostenibilidad como factor clave en la estrategia empresarial.
6. Cómo optimizar la eficiencia operativa en despachos de abogados.
7. Innovación en el sector legal: ¿qué podemos esperar en los próximos años?
8. Propiedad intelectual y derecho digital: desafíos emergentes.

Palabras clave: IA contratos inteligentes, blockchain despachos, legal english abogados, marketing digital abogados, sostenibilidad estrategia empresarial, eficiencia operativa despachos, innovación sector legal, propiedad intelectual derecho digital.

Mes 12: Diciembre

1. Estrategias para integrar la sostenibilidad en la práctica jurídica.
2. Legaltech: las herramientas esenciales para el abogado moderno.
3. Marketing jurídico: cómo atraer más clientes en el entorno digital.
4. Inteligencia artificial y derecho: tendencias clave para 2025.
5. Propiedad intelectual en la era del metaverso: desafíos legales.
6. Cómo los despachos pueden adoptar la transformación digital de manera efectiva.
7. El futuro del derecho internacional: tendencias y oportunidades.
8. Blockchain en el derecho: cómo cambiará la propiedad intelectual.

Palabras clave: sostenibilidad práctica jurídica, legaltech herramientas, marketing jurídico digital, IA derecho 2025, propiedad intelectual metaverso



Google Ads
KEYWORD PLANNER

Google Trends

Ubersuggest

